

*zpravodaj
pro oblast
signmakingu*

duben 1999

V čísle

Nové trendy.

Výroba samolepicích etiket pomocí řezacího plotru je oproti klasické technologii nejen jednodušší, ale i levnější.

Str. 4

Lidé se ptají

Manuály se prý čtou, až když zklameme všechno ostatní. Zkušenost Mirka Zástěry to potvrdila.

Str. 5

Firma Neschen.

Na veletrhu Reklama '99 jsme požádali o rozhovor exportního manažera pro oblast fotografie a digitálního tisku Germana Kallmeyera.

Str. 8

Anketa.

Dvanácti osobností českého signmakingu jsme se tentokrát zeptali, co považují za největší událost roku 1998 ve svém oboru.

Str. 10

D 520

instalace, český návod
a zaškolení v ceně

79.900,-

Veletrh Reklama '99

Hroši mezi hvězdami

Galaxii signmakingu v žádném hvězdném atlase asi nenajdete. Pouhým okem ji letos bylo možné spatřit přesně tři dny - od 3. do 5. března na pražském Výstavišti.

Stánek firmy HSW Signware mohli návštěvníci najít přesně na stejném místě jako loni - uprostřed levého křídla Průmyslového paláce. Pořadatelská agentura M.I.P. letos při přidělování plochy jednotlivým vystavovatelům přihlížela k oborovému členění, a tak se všichni dodavatelé materiálů a technologií potkali v levém křídle, zatímco pravé patřilo výrobcům reklamních předmětů a 3D reklamy.

Kdo čekal „klasický“ HSW stánek v tradiční růžové a modré, byl pravděpodobně trochu překvapen. Firma HSW letos vsadila na jednoduchost. Nad stometrovou plochou podlahové grafiky se tyčila prostá kostka se zázeminím uvnitř. Celou stavbu graficky sjednotil černý podklad s motivem hvězdné oblohy. Planety, hroši, kosmonauti, mlhoviny, rakety, a na to všechno se z výšky pěti metrů díval barevný maskot firmy HSW – Superhroch.

Hlavním cílem prezentace letos bylo představit možnosti digitálního tisku a jeho povrchové úpravy. Podlahová grafika i motiv na stěnách stánku byly vytištěny pigmentovými inkousty na zařízení RasterGraphics PiezoPrint 5000. Stodvacetigramový papír od firmy RasterGraphics s hvězdným motivem byl na plochu připevněn oboustranně lepicí fólií Gudy white reversible společnosti Neschen. O ochranu povrchu se postarala v případě podlahové grafiky fólie Neschen Filmolux FGS, na stěnách Filmolux satin E od stejného výrobce.

„Vsaďte se se mnou, za jak dlouho dokážeme vyrobit takový tisk,“ lákal kolemjdoucí návštěvníky moderátor Jožka Zeman s plakátem v ruce. A bylo o co se sázet. Vytisknout na PiezoPrintu motiv o rozměrech 50 x 70 cm, pomocí laminátoru jej nakaširovat na KAPA desku a oříznout totiž Janu Wildovi Drnkovi a Janu Havlemu netrvalo ani pět minut. Návštěvníci mohli vyhrát



Do stánku firmy HSW zval návštěvníky plyšový hrošík.

(a většinou také vyhrávali) nejen hoto-
vé tisky, ale i reklamní tužky a trička firm-
y HSW se signmakingovým hrošíkem
na zádech.

Na druhé straně stánku předváděl
Mirek Zástěra z firmy HSW výrobu sa-
molepek pomocí tiskárny Hewlett
Packard DesignJet 3500CP a řezacího
plotru Summa D610 s optickým po-
zičním systémem OPOS. Samolepky
s nejrůznějšími hrošíky, vytištěné na
materiály z tzv. Matched Compo-
nents systému společnosti 3M, mají

garantovanou životnost až 2 roky ve
venkovním prostředí.

I když hlavním motivem stánku byly
digitální tisky, zkrátka nepřišla ani kla-
sická řezací technologie. Tomáš
Zelený z klávesnice svého počítače
ovládal hned dva řezací plotry známé
značky Summagraphics, nyní Summa
- SummaCut D520 s vlečeným
a SummaSign Pro s tangenciálním
nožem, oba vybavené sw EuroCUT.

-mí-

Foto Lubomír Čech

Editorial

Poreklamní zamyšlení

Tak, a máme po Reklamě. Po veletrhu Reklama, abych byla přesná. Význam této reklamní události lze dnes jen těžko zpochybnit. Úroveň veletrhu rok od roku stoupá, což je fakt, na kterém se vzácně shodují návštěvníci, odborníci, vystavovatelé - zkrátka skoro všichni. Taktéž stojí za povšimnutí, že anonce výstavy se již několik let pravidelně objevuje na stránkách většiny odborných zahraničních časopisů.

Zkrátka - ještě že ji máme. Každý rok vyburcuje reklamotvorce ze zimního spánku, aby předvedli národu, co celý ten rok dělali. A zároveň naznačí, co budou dělat celý rok příští. Donutí podívat se do očí (a do stánku) konkurenci, přehodnotí zaběhnuté názory a postoje, občas přihodí nějaký ten nápad, a komu nestačí naznačit, toho trkne. Jako nejrozšířenější obory se v průběhu let ukázaly signmaking a 3D reklama,



ma, v minulých ročních rovnoměrně namíchané v obou křídlech pražského Průmyslového paláce. Před očima užaslého návštěvníka tak defilovaly fólie, přívěsky na klíče, světelné reklamy, trička, tužky, pak pro změnu časopis, tašky s potiskem, desky, a znovu fólie atd. Letos se pořadatel zřejmě rozhodl učinit oborovému zmatku přítrž a s rozhodností anděla s mečem vyhnal signmakingové dodavatele a výrobce do levého a 3D reklamu do pravého křídla. Řekla bych, že nové uspořádání kvitovali s povděkem jak vystavovatelé, tak návštěvníci. Skoro celé tři dny jsem strávila v levém křídle a za sebe musím říct, že vytvořit si zběžný přehled bylo podstatně snad-

nější než loni. Digitální tisk, který byl před několika málo lety v signmakingu horkou novinkou, nyní prožívá období konjunktury. Skoro na každém stánku bylo vidět nějakou tu mašinku, snaživě chrlicí metry potištěného papíru či vinylu. A pod klenutým stropem majestátně trůnil Vutek, který si letos nadeřila firma Eclipse. Bohužel jsem ho nezastihla v činnosti, ale pohled na digitální tiskový stroj, z jehož jednoho konce málem nevidíte na druhý, rozhodně stojí za to...

Ale nejen technikou živ jest signmaker. Očekávaný drtivý dopad ekonomicko-politické situace na reklamu se zatím, zaplať pánbůh, nekoná. Mezi zadavateli se zřejmě stále najdou lidé, kteří by dali do reklamy i onen pověstný poslední dolar. Výdaje se samozřejmě snižují, ale spíše než bezhlavá redukce je patrná snaha dělat reklamu efektivnější a cílenější. Je pravděpodobné, že i v reklamní branži dojde k určitému třídění, které přežijí jenom ti nejlepší a nejsilnější. Doufáme, že české reklamě bude takové prosívání ku prospěchu.

Úspěšné přežití i vám přeje

Magdalena Tikalová

Informace

Prodejnu firmy HSW Signware v Modřanské ulici 25 můžete navštívit každý pracovní den od **9 do 17 hodin**. V době obědů, tj. od 11,30 do 12,30, prosím počítejte s omezeným provozem. Zákazníkům v Praze a okolí nabízíme možnost nechat si zboží dovézt přímo na svou adresu firemním rozvozem. **Od prvního února rozvážíme každý den.**

Zboží, prosíme, objednávejte vždy do 12 hodin předchozího dne. Naše nabídka se týká celého sortimentu firmy HSW Signware. Zvláště ji oceníte při nákupu deskového materiálu a celých rolí fólií.

Pro všechno zboží s výjimkou deskových materiálů zajišťujeme **expresní dopravu po Praze**.

Prosíme, abyste pro telefonické objednávky zboží pro rozvoz i k vyzvednutí používali následujících telefonních čísel: Praha a okolí (pražský rozvoz zboží) **02/402 47 48** (p. Martin Podlešák) Ostatní regiony **02/402 47 46** (p. Martin Hájek).

Comix



© KAFKA DESIGN

H·S·W info

Číslo 2/99 vyšlo
23. března 1999

v nákladu 5000 výtisků.

Vydává **HSW Signware, s.r.o.**,
Modřanská 25, 143 00 Praha 4

tel.: 02/402 47 55, 57,

prodejna: 02/402 47 46, 48,

fax: 02/402 47 53

Odpovědná redaktorka:

Magdalena Tikalová

Fotografie neoznačené

jménem autora

pocházejí z firemního archivu.

Grafický návrh, sazba, osvit:

Kafka design,

Bubnova 1, 169 00 Praha 6

tel: 02/20 51 40 60, 61

Distribuce:

SEND Předplatné, s.r.o.,

Antala Staška 80, 140 00 Praha 4

tel.: 02/61 00 62 72

Podávání novinových zásilek

povolila Česká pošta, s.p.,

Odštěpný závod Praha, č.j. Nov

6330/97 ze dne 27. 11. 1997

Zasílání HSWinfo si můžete zdarma objednat na adrese firmy HSW Signware.

Pohoda v signmakingu.

HVĚZDY



Pracoviště za super cenu

HP DesignJet 2000CP + SW RIP Onyx PosterShop PS + Laminátor E 1100E + role 3M fólie

+ instalace + zaškolení + sleva na média a laminace 10% po dobu 3 měsíců

484 890,-

HP DesignJet 3000CP + SW RIP Onyx PosterShop PS + Laminátor K 1400N + role 3M fólie

+ instalace + zaškolení + sleva na média a laminace 10% po dobu 3 měsíců

719 890,-

Ceny jsou uvedeny bez DPH.



ZNÁTE Z VELETRHU REKLAMA 99!

HSW Signware, Modřanská 25, 143 00 Praha 4, recepce: 02/402 47 55, 57

Objednávky: 02/402 47 46, 48, fax: 02/402 47 53, E-mail: signware@hsw.cz

Nové trendy

S plotrem na samolepky

Podobně jako u výpočetní techniky, i v oblasti technologií pro signmaking dochází velmi rychle k převratným změnám. Obecně spějí k vyšší výkonnosti, životnosti a v neposlední řadě kvalitě výstupů a v mnoha oblastech konkurují tradičním a dosud zavedeným technologiím.

Dvakrát měř, jednou řež

Řezaná reklama představuje v oblasti signmakingu jakousi klasiku. Zpravidla jde o nápisy a grafické motivy zhotovené z vinylové fólie pomocí řezacího plotru. Mezi plotry, jichž je na signmakingovém trhu celá řada, jsou nejobvyklejší plotry válcové neboli rollery. Kromě vývoje špičkových plotrů pro profesionální použití směřuje vývoj též ke zpřístupnění řezací technologie doslova každému. Základními argumenty jsou jednak cenová dostupnost (kvalitní řezací pracoviště lze dnes pořídit již v cenách pod 100.000 korun), jednak jednoduché, intuitivní ovládání, které bez problémů a v krátké době zvládne doslova i laik.

Řekne-li se „řezaná reklama“, většina lidí si pravděpodobně představí nápis nebo motiv vyřezaný z barevné fólie, umístěný na výloze, informační tabuli, transparentu či dopravním prostředku. Tyto aplikace jsou skutečně velmi obvyklé a v dohledné době pravděpodobně ze signmakingového repertoáru nevyjmí. Svoje místo na slunci si však pomalu dobývají i postupy, jež byly dosud doménou zcela jiných technologií. Takovým příkladem nových možností je i obřez samolepicích etiket pomocí řezacího plotru.

Kladivo na samolepky

Plotry značky Summa jsou vybaveny systémem OPOS, který umožňuje vyřezávat samolepky, vytištěné libo-

volnou technologií, rychle, snadno a přesně. OPOS je zkratkou anglického Optical Positioning System (optický poziční systém), což poměrně přesně vystihuje, o čem tu běží. Na vinylovou fólii, papír nebo jiný materiál se pomocí sítotisku, termotransferu, ink-jetu či laserové tiskárny vytiskne grafika. Konečný tvar samolepky bylo dosud nutné vyseknout pomocí speciální raznice. Raznice, jejichž výroba je poměrně nákladná, mají pouze omezenou životnost. Proto se výsek v malých sériích touto metodou prostě nevyplatí, a to ještě pomíjíme časté nepřesnosti při samotném tisku nebo opakovaném zavádění média (u sítotisku).

Výroba etiket pomocí řezacího plotru je technicky i finančně mnohem zajímavější. Současně s grafikou se na libovolné médium tisknou po okrajích ve vertikálním směru pomocné značky. Každá z nich je přesně umístěna ve vztahu ke každému jednotlivému obrázku. Podobná technologie se využívá rovněž při vícebarevném tisku na průmyslových strojích, kde pomocné, tzv. soutiskové značky, umístěné po stranách média, slouží k přesnému spasování jednotlivých barev. Ale vraťme se k řezacímu plotru. Optické čidlo systému OPOS, které tvoří součást vyřezávací hlavy plotru, si po založení archu s obrázky samo najde první značku, automaticky korekci srovná odchylku úhlu a nastaví po-



Optické čidlo systému OPOS, které tvoří součást vyřezávací hlavy plotru, si po založení archu s obrázky samo najde první značku.

čátek řezání. Přesně vyřízne obrázek, posune se na další značku, znovu srovná případnou odchylku a celý postup opakuje až do vyřízení posledního motivu. Jelikož se vše děje automaticky, odpadá zdoluhavá a nepřesná ruční kalibrace a nastavování. Na rozdíl od vysekávání jsou i obrázky nestandardních tvarů vyřezané touto metodou velmi precizní. Tisk značek současně s obrázky šetří čas, další předností je nezávislost na technologii tisku a typu potiskovaného média.

Nezapomeňte na software

Kvalitní řezání není myslitelné bez dobrého softwaru. Nejnovější verze tohoto programového vybavení nabízejí kromě vlastního řezání i řadu dalších funkcí - barevnou vektorizaci, vyhlazení křivek, optimalizaci uzlů, textový editor, importní filtry z různých grafických programů, editor rozpalů apod. Obvykle se tyto softwarové nástroje kamarádí nejen s většinou na trhu dostupných řezacích plotrů, ale i s běžnými grafickými programy, jako je například CorelDRAW!

-mt-

Foto archiv firmy HSW Signware

Krátce

Nový ceník k dispozici

Letos v únoru vydala firma HSW Signware nový ceník, platný pro rok 1999. Kromě informací o novinkách v sortimentu, jako jsou laminátory a spotřební materiál Neschen, tisková zařízení Hewlett Packard a Raster-Graphics, samolepicí fólie se snímatelem Multi-Fix 3000R, či inkousty Lyson, obsahuje ceník i některé zajímavé slevy. Například PVC desky Forex pro použití v exteriéru jsou nyní levnější až o 10 %, samolepicí fólie Multi-Fix série 3000 byly zlevněny o celých 6 %. Ceník je stejně jako v minulých letech zpracován formou katalogu. Na téměř sto stranách je kromě cen jednotlivých produktů uveden také jejich popis a některé tipy pro jejich použití.

Nový ceník je zdarma k dispozici v prodejně firmy HSW Signware v Modřanech, na požádání ho bez poplatku rádi zašleme také poštou.

Plotry Summagraphics přebírá Westcomp

Firmy Westcomp, Inc. a CalComp Technology Inc. 22. ledna 1999 oznámily podepsání závazné dohody, podle níž firma Westcomp odkoupí od CalCompu divizi Display Products NV, která sídlí v belgickém Gistelu a zabývá se zejména výrobou řezacích plotrů značky Summagraphics.

„Firma Westcomp je si vědoma úlohy CalCompu na trhu řezacích technologií. Spojením se stávajícími aktivitami se Westcomp stává vedoucím výrobcem řezacích plotrů v Evropě,“ uvedl generální ředitel firmy Westcomp Mike Day. Od tohoto kroku si slibuje také rozšíření podílu na trhu řezacích technologií v Severní a Jižní Americe i v Asii. Podpora značky Summagraphics by tak měla obsáhnout celý svět.

Transakce zahrnuje následující značky firmy CalComp - řezací plotry SummaSign a SummaCut, Print & Cut zařízení v signmakingu, sítotisku a průmyslových odvětvích zabývajících se vizuální komunikací. Z jejich produktů lze jmenovat například SummaChrome, první velkoformátovou termotransferovou tiskárnu; DuraChrome, nejširší resinovou tiskárnu na trhu, či řezací plotry DuraCut, založené na technologii CalComp SummaSign Pro.



Výroba samolepicích etiket pomocí řezacího plotru je oproti klasickým technologiím nejen jednodušší, ale i levnější.

D 610

rychlý jako drak

149.500,-

Výzkum agentury Marktest Lidem chybí reklama v místě prodeje

Zatímco reklamy v televizi a poštovních schránkách jsou již čeští spotřebitelé přesyceni, reklama v místě prodeje je podle většiny respondentů stále nedostatek. Vyplyývá to ze zprávy agentury pro výzkum trhu a veřejného mínění MARKTEST.

Podle výsledků z podzimu 1998 respondentům stále chybí reklama na místě prodeje. Pro tento názor se vyslovila celá čtvrtina dotázaných. Příležitost pro signmakery představuje také reklama na dopravních prostředcích, protože ve srovnání s jinými médii respondenti nenaznačují významnou přesycenost. Že je tohoto typu propagace mnoho, soudí pouze 14,4 % lidí.

Televizní reklamy je příliš

Jako příliš četnou naopak dotazovaní uvádějí reklamu v televizi. Skok ve vnímání intenzity této reklamy byl zaznamenán se vznikem televize Nova v roce 1994, kdy se počet zastánců tohoto mínění pohyboval po dva roky kolem 60 %. Zatímco v roce 1996 se pro přílišné množství televizní reklamy vyslovila 64 % respondentů, loni už celých 70,8 %.

Jako médium přesycené reklamou jsou vnímány rovněž poštovní schránky. Za příliš intenzivní považuje v současné době zaslání reklamních tiskovin dokonce 56,9 % dotázaných (na podzim minulého roku to bylo 41 %). U denního tisku a časopisů jsou zhruba vyrovnány hodnoty u odpovědí, že reklamy v těchto médiích je „přiměřené“ a „příliš mnoho“. Mírně převažuje názor, že reklama zde je přiměřená. Necelá polovina populace za přiměřenou označuje i reklamu v rozhlase (48,1 %). O poznání lépe je na tom i reklama na plakátech a billboardech (41,4 %), i když averzi vůči billboardům pociťuje již třetina lidí (33,7 %).

Pravdivé a srozumitelné reklamy vedou

Na prvních místech v obecných požadavcích na reklamu nedošlo k velkým změnám. Po většinu respondentů má prioritu pravdivost (52,5 %), srozumitelnost (40,3 %), vtip (38,5 %), důvěryhodnost (33,8 %) a informativní hodnota reklamy (27,3 %). Velký počet respondentů zastává také názor, že reklama má být snadno zapamatovatelná (24,8 %), nápaditá

a originální (22,8 %), což vyžaduje stále větší procento populace. Téměř čtvrtina dotázaných zdůrazňuje i schopnost reklamy vzbudit zájem o výrobek či službu.

Většina lidí preferuje českou reklamu před zahraniční. Zatímco muži dávají poněkud častěji přednost reklamám zahraničním, ženy naopak častěji preferují reklamy české. Mladé lidi zaujme reklama s rytmičkou, moderní hudbou, vtipná, nápaditá a originálně zpracovaná, s dobrým sloganem a sympatickými představiteli. Starší lidé dávají přednost reklamě české, nevtráivé, s dobrou jazykovou úrovní. Dále takové, která vzbuzuje pocity pohody a klidu, je pravdivá, důvěryhodná, snadno zapamatovatelná a srozumitelná.

Češi milují Kozla

Za obecně líbivé považovány reklamy na pivo, alkoholické i nealkoholické nápoje, sladkosti, potraviny, kosmetiku a automobily. Negativně jsou naopak dlouhodobě přijímány reklamy na dámské hygienické potřeby, prací prášky a erotické služby. Ve druhém pololetí roku 1998 se relativně nejvíce líbila reklama na pivo Velkopopovický kozel. Spontánně uvádělo tuto reklamu jako nejlíbivější 7 % z reprezentativního souboru dotázaných a jen malá část populace ji jmenovala mezi reklamami neoblíbenými. Na dalších místech žebříčku figurují reklamy na Pepsi Colu, Azurit, minerálku Mattoni, oplatky Opavia a čokoládu Milku. Naopak k nejméně oblíbeným patřily loni reklamy na vložky Always a Ria, mycí prostředek Jar a prací prášky Tix a Palmex. Ambivalentní postoje se projevíly k reklamě na GO karty, což by se zřejmě dalo očekávat vzhledem k evidentnímu zaměření na specifickou cílovou skupinu. Ne zcela jednoznačně je rovněž přijímána reklama na stavební spoření s líškou. Obě tyto reklamy jsou uváděny mezi oblíbenými i neoblíbenými.

S použitím tiskové zprávy agentury Marktest připravila MČ

Autorizovaní prodejci zboží HSW

ARANGO, Ohradské nám. 5, Praha 5, tel.: 02/561 69 50
GALILEO reklama, Husova 5, České Budějovice, tel.: 038/383 04
LANSPECO ART, Topolová 1234, Most, tel.: 035/282 86
LI-FO, Tyršova 271, Jičín, tel.: 0433/250 71
MMC-Motl, Koterovská 40, Plzeň, tel.: 019/744 28 49
PROFIX, Hollarovo nám. 11, Praha 3, tel.: 02/71 73 77 88
ŠIKOVÁ Romana, Machkova 587 (budova Terronic), Hradec Králové
tel.: 049/505 62 80
TCK, Křižíkova 68, Brno, tel.: 05/712 19 72
TIP STUDIO, Na vřtinci 3, Olomouc, tel.: 068/522 12 58

Prodejci deskového materiálu

K.T.O. HANÁ HULÍN, Komenského 1293, Hulín, tel.: 0634/35 13 02
L.A.V. UNI, Hany Kvapilové 10, České Budějovice,
tel.: 038/243 02

Autorizovaní partneři pro ACS

WOLF, nám. K. Panušky 10, Plzeň - Újezd, tel.: 019/746 03 82
ZAPP INFOSYSTÉMY, Chabeřická 624, Újezd nad Lesy,
tel.: 02/90 04 05 92

FAQ

Lidé se ptají

Člověk je od přírody tvor zvědavý. Jak by jistě potvrdili Sokrates i Sherlock Holmes, nejsnazší a nejčastější metodou lidského poznávání světa je kladení otázek. Možná právě proto patří rubrika FAQ, neboli Frequent asked questions (často kladené otázky), do osvědčeného repertoáru celé řady zahraničních odborných časopisů. Proč to nezkusit i u nás? zeptali jsme se, a nová rubrika HSWinfo byla na světě. Dnešní rozjezd je tak trochu žertovný, na vaše další dotazy se těšíme v oddělení marketingu HSW Signware.

„Už nám ten plotr tak dobře neřeže, jako když byl nový,“ stěžuje si poměrně čerstvý majitel řezacího plotru. „Můžete nám s tím něco udělat?“ Když jsem tuhle větu uslyšel poprvé, okamžitě jsem se domluvil, že se na plotr přijedu podívat. Přece jenom, po roce práce je dobré se na plotr vašeho zákazníka podívat, zvláště tehdy, blíží-li se konec záruky a vy ani váš zákazník nechcete něco propásnout. Skutečně - vyřezaná malá písmenka nebyla taková, jaká by mohla být. Letmý pohled do ovladače plotru mi prozradil nastavení přítlaču - 190 gr. Fólie je standardního typu, a tak následuje otázka: „To vážně řežete s tímhle přítlakem?“ Odpověď: „Ano, ono to jinak nejde“. „Tak proč si nevyměníte nůž?“ ptám se dál. Odpověď mě doslova uzmnila: „A nůž se mění!“

Na bonmotu, že manuály se čtou až po vyčerpání všech známých možností, asi něco bude. Na dotaz, jak často se mění nůž, od té doby (poučen) od-

povídám - někdy i po roce, ale pokud chcete mít dobře separovatelná písmenka, raději mnohem dříve. Už při 20% nárůstu přítlaču se můžete dostat do situace, kdy je fólie sice prořezaná, ale lepidlo otupenému břitů odolává a písmenka se při separování zvedají od podkladu více, než je nutné. Pro řezání malých písmenek a všelijakých „fajnovostí“ se zkrátka vyplatí použít nůž nový. Mírně tupý nůž ještě dobře poslouží při řezání větších motivů, kde tolik nezáleží na přesnosti.

Miroslav Zástěra, oddělení technologií

D 1220

šíře versus cena

198.900,-

Ink-jetový tisk Inkousty Lyson na českém trhu

Inkousty Lyson, jejichž výhradním distributorem se na sklonku loňského stala firma HSW Signware, jsou na našem trhu novinkou. V nabídce jsou zatím dostupné dva typy, Lyson Standard a Lyson Signage UV.

Oba patří do skupiny dye based inkoustů, jsou proto vhodné zejména pro interiérové aplikace. Typické využití představuje tisk plakátů, reklamních poutačů či grafiky pro výstavní stánky. Podle údajů výrobce jsou inkousty Lyson určeny speciálně pro stroje značky Encad (Croma 24, NovaJet 4, NovaJet PRO, Pro 50 a NovaJet PROe), ale praktické testy prokázaly, že se velmi dobře hodí i pro jiná zařízení, například BigPaint či SummaPaint firmy CalComp.

Lyson Standard – vysoký gamut

K přednostem inkoustů Lyson Standard patří především vysoká barevná škála, tzv. gamut. Tento pojem vyjadřuje složky barev, kterých je možno danými inkousty docílit. V teoretickém barevném prostoru, v jehož rámci vlastně leží všechny barvy, má každý inkoust určitou maximální barevnou škálu. Pomocí měřidel lze tento barevný rozsah zjistit a měření zakreslit do speciálního diagramu, z něhož je jasné patrné, jak široká tato barevná škála je a v kterých barevných pozicích vyniká. Barevný gamut inkoustů Lyson je skutečně vysoký, tato barva jsou proto dobře použitelná pro věrnou reprodukci fotografií či jiných děl a hodí se dokonce i pro nátičkové technologie, kde se na věrnost barev klade velký důraz.

Bez zajímavosti není ani příznivá cena a uživatelská jednoduchost inkoustů Lyson. Ve standardních tiskových hlavách plotrů Encad se tyto inkousty jeví jako bezproblémové, neboť ani po několika týdnech nedochází k jejich

zasychání. Již při prvním průjezdu tiskových hlav nad médiem jsou všechny trysky okamžitě funkční.

Lyson Signage – UV stálé

Stěžejní produkt pro oblast signmakingu představují inkousty Lyson Signage. Ač jsou určeny pro vnitřní použití, svými vlastnostmi se v mnoha ohledech blíží inkoustům pigmentovým. Prvním společným znakem je vysoký stupeň UV stability. Kvalitní, ale poměrně drahé pigmentové inkousty zaručují při vnějším použití barevnou stálost od 6 do 24 měsíců podle způsobu aplikace. Inkousty Signage UV nabízejí stejnou životnost při podstatně nižší ceně. Podobnost s pigmentovými inkousty se ukazuje i v tzv. Xenotestu. Jde o laboratorní test barevné stálosti, při němž jsou proužky bavlněné textilie, napuštěné testovacím barvivem, podrobeny trvalé expozici světlem, simulujícím sluneční záření. Výsledky jsou prezentovány v podobě škály od 1 (minimum) do 8 (maximum). Kvalitní pigmentové inkousty dosahují stupně 7+, který odpovídá 128 týdnům přímé sluneční expozice. Stejných hodnot dosáhly také inkousty Signage UV. Přestože jejich primárním určením jsou tisky pro vnitřní použití, podle údajů výrobce mohou být použity i ve venkovním prostředí, kde vydrží 6 měsíců bez laminace, s laminací až 2 roky. Na rozdíl od pigmentových inkoustů zde navíc nedochází k zasychání tiskových hlav, zanedbatelnou výhodou není ani podstatně lepší barevné podání.

-green, red-

Corel CD Labyrint Všechno, co jste chtěli vědět o CorelDRAW

Nový CD-ROM jistě nesmí chybět na žádném pracovišti, kde se aktivně používá CorelDRAW! Tuto učebnici **CorelDRAW 8 a Corel PhotoPaint 8** vytvořila firma Corel ve spolupráci s předními pedagogy a odborníky z oblasti DTP. CD labyrint obsahuje neuvěřitelné množství informací, užitečných při práci v oblasti počítačové grafiky. Umožňuje lépe využívat všech možností a schopností programu CorelDRAW 8 a zvýšit tak podstatně rychlost i produktivitu práce. Součástí CD-ROM je také profesionální kniha o barevné předtiskové přípravě – **Průvodce DTP studiem** a také interaktivní studijní

kurs, který optimalizuje váš studijní plán podle vašich konkrétních znalostí. Jako bonus je zde plná **třicetidenní verze programu CorelDRAW 8**, která umožňuje ověřit si nabyté znalosti okamžitě v praxi na poslední verzi nejrozšířenějšího grafického programu. Na novém cedéčku najdete rovněž dokument **Forma a Obsah**, který se zabývá podrobnou analýzou obrazového vjemu na člověka a jeho využití v grafické tvorbě, Corel Hotline, popis produktů a Know-how. Jeho součástí je i **výběr programů a užití** se zaměřením na DTP a publikování na WWW.

Tomáš Krejča, DTP studio

Montáž tisků a fotografií Kaširovací fólie Neschen

Povrchová úprava výstupů z digitální tiskárny obnáší nejen povrchovou laminaci, ale často také kaširování na desku. Právě k tomuto účelu jsou určeny oboustranné lepicí fólie kaširovací neboli montážní. Německá firma Neschen vyrábí celou řadu nejrůznějších typů fólií s názvem Gudy. Pro univerzální použití na jakýkoli hladký povrch je určena čirá fólie Gudy 802. Je vyrobena z polymerického PVC o síle 30 µm, které je po obou stranách pokryto velmi tenkou vrstvou permanentního lepidla. Ideálním materiálem pro aplikaci na desky Forex a Kapa je čirá, 70 µm silná fólie Gudy 808 s permanentním agresivním lepidlem. Vyznačuje se podobnými vlastnostmi jako předchozí typ

a rovněž ji lze použít na nejrůznější druhy hladkých povrchů. Jako jedna z mála firem vyrábí Neschen křišťálově čirou fólii pro aplikace na sklo nebo plexisklo, které vyžadují prakticky neviditelný materiál. Gudy 875 je jasné čiré 45 µm silný lepicí film bez nosiče s tenkou vrstvou permanentního lepidla. Kromě čirých jsou v sortimentu firmy Neschen též filmy bílé - Gudy white s permanentním a Gudy white reversible s odstranitelným lepidlem. V obou případech jde o bílou 75 µm silnou polymerickou PVC fólii s univerzálním použitím. Všechny uvedené typy jsou v různých šířkách s 50 m návinem k dispozici v modřanském prodejním skladu firmy HSW Signware.

-red-

Krátce

Smlouva s firmou Rexam Graphics podepsána

V rámci veletrhu Reklama '99 podepsali ředitel firmy HSW Signware Stanislav Klein a regionální obchodní ředitel společnosti Rexam Graphics Menno Bos smlouvu o distribuci produktů Rexam v České republice a na Slovensku.

Firma Rexam Graphics je největším světovým výrobcem spotřebních materiálů pro grafické aplikace a oblast CAD. Svými produkty vysoké kvality



zásobuje řadu OEM partnerů po celém světě; namátkou jmenujme společnosti Xerox či 3M. Produkty této značky budete moci zakoupit jednak v modřanské prodejně firmy HSW Signware, jednak u vybraných distribučních partnerů.

Regionální obchodní ředitel firmy Rexam Graphics Menno Bos (vpravo) a ředitel společnosti HSW Signware Stanislav Klein těsně po podpisu smlouvy o vzájemné spolupráci.

Foto Jan Wilda Drnek

Výroba světelných reklam

Točny
Světelné reklamy
Informační systémy
Reklamní cedule

Plastické písmo
Atypické reklamy
Reklamní stojany
Firemní štíty

Světelné reklamy plošné speciální SLEVA březen/duben 1999

50x50	2.200,-	125x100	5.400,-
95x50	2.900,-	150x100	7.000,-
50x25	1.850,-	125x125	7.100,-
50x75	3.100,-	125x150	8.500,-
65x50	3.000,-	150x125	8.650,-
95x75	4.350,-	150x150	9.900,-

Pohony točen do nosnosti 40 Kg do 5000 Kg
Otočné světelné reklamy

Řezaná grafika již od 600 Kč/m²

reklamní kostky

40x40x40	5.450,-	70x70x70	8.950,-
50x50x50	6.620,-	80x80x80	11.520,-
60x60x60	7.850,-		

Ceny bez 22% DPH.



Střížkovská 18/84
180 00 Praha 8



Tel.: 02/83 84 24 80, mobil: 0602/32 53 55

Oborová databáze

Společnost Grafie Consulting

má vytvořenou vlastní databázi, aktuální kontakty na rozhodující část profesní veřejnosti (tiskárny, reklamní agentury, grafická studia, pre-press studia, uživatelé grafických programů, marketingová oddělení firem, vydavatelství, odborné školy, PR agentury, státní instituce a další). Je schopna cíleně informovat a oslovovat až 10 000 konkrétních klientů v ČR různou formou (např. direct mail, telemarketing). S celou touto skupinou udržuje společnost pravidelný kontakt. Další neodmyslitelnou skupinu klientů tvoří subjekty ve Slovenské republice a databáze obsahuje 500 konkrétních osob.

GRAFIE

CONSULTING

Grafie Consulting spol. s r. o., Mánesova 53, 120 65 Praha 2,
tel. 02 / 2225 0591, fax 02 / 2225 1091,
e-mail grafie@grafie.cz
www.grafie.cz

Hans Neschen AG:

Jsmo především řešitelé problémů

Německá firma Hans Neschen AG dodává na český a slovenský trh prostřednictvím společnosti HSW Signware zařízení a spotřební materiály pro teplou i studenou laminaci. Při příležitosti veletrhu Reklama '99 navštívil Prahu exportní manažer firmy Neschen German Kallmeyer, kterého jsme požádali o rozhovor.

<http://www.neschen.com>

◆ Můžete v krátkosti přiblížit historii firmy Neschen?

Příběh firmy Neschen začal před sto deseti lety. Ve svých začátcích se společnost zabývala výrobou obvažů a zdravotnického materiálu. Po válce, kdy společnosti, jako Beiersdorf či 3M, spustily masovou produkci těchto materiálů za výhodnější ceny, se majitel firmy Hans Neschen rozhodl pro změnu sortimentu. Vyvinul první fólii Filmolux pro povrchovou úpravu knižních obálek. Řada těchto materiálů se postupně rozšiřovala až do dnešní škály produktů nejen pro laminaci knih, ale také pro povrchovou úpravu fotografií, ink-jetových a elektrostatických tisků a výstupů z digitálních tiskáren. Podstatnou část sortimentu tvoří také oboustranně lepicí montážní fólie a celá řada samolepicích vinylových fólií, materiálů pro archivaci a nejrůznějších pásek pro průmyslové použití.

◆ Které produkty firma Neschen nabízí?

Celosvětovou známost si Neschen vydobyl díky lepidlům citlivým na tlak, speciálně lepidlům na vodní bázi. Rozpouštědlová lepidla u našich produktů nepoužíváme vůbec. Výroba je soustředěna v německém městě Bückeburgu. Celou produkci lze rozdělit do šesti hlavních řad. Pro trh digitálních tiskových technologií a fotografie nabízíme laminovací filmy, montážní fólie a zařízení pro laminaci za tepla i za studena. Kromě toho vyrábíme vinylové samolepicí fólie pro oblast signmakingu a celou škálu materiálů pro knihařský průmysl a archivaci dokumentů. Dodáváme také systémy pro výstavy a prezentace, jako je známý Pop-up či Fold-up, a dále nejrůznější panely a transparenty. Poslední divize vyhledává nové průmyslové oblasti využití speciálních produktů. Například společnost Johnson & Johnson zasobujeme speciálními zdravotnickými

mi filmy s hypoalergenním snímá-telným lepidlem, jaké se lepí přímo na tělo pacienta při některých operacích.

Při vývoji nových produktů se snažíme pružně reagovat na nové potřeby zákazníků. Nabídka materiálů se neustále přizpůsobuje aktuálním požadavkům trhu. K tomu slouží vlastní výzkumné a vývojové oddělení. Všechny nabízené produkty byly vyvinuty v našich vlastních laboratořích.

Velkou pozornost věnujeme také kontrole kvality, která je již dva roky potvrzena certifikátem ISO 9001. Fólie, lepidla i hotové produkty jsou pravidelně podrobovány přísným a pečlivým testům, aby vlastnosti každé dodávky maximálně odpovídaly údajům uvedeným v technických listech.

◆ Jak byste charakterizoval firmu Neschen z hlediska pozice na trhu?

Výhradně soukromá společnost Neschen v současnosti zaměstnává 400 pracovníků, z toho 220 přímo v Německu. Ačkoli se jedná o firmu střední velikosti, Neschen zcela jistě patří ve svém oboru ke světové špičce. V Evropě zaujímá vedoucí pozici na poli materiálů pro povrchovou laminaci fotografií a výstupů z digitálních tiskáren i v oblasti fólií pro ochranu knižních obálek a archivaci dokumentů. Firemní filozofií je servis a podpora distributorů i koncových zákazníků. Sami sebe vidíme především jako řešitele problémů. Právě proto s námi většina našich distributorů spolupracuje průměrně deset let a více. Totéž lze říci o zaměstnancích. 80 % z nich u firmy působí 15 a více let.

◆ Ve kterých zemích světa jsou produkty Neschen v současnosti distribuovány?

Téměř po celém světě. Neschen nyní disponuje jedenácti dceřinými společnostmi, z nichž většina působí v Evropě, jedna v Japonsku a jed-

na v USA. Kromě toho spolupracujeme s dalšími 45 - 50 distributory v nejrůznějších zemích světa a stále získáváme nové a nové. Firemní politikou je otevřenost vůči novým kontaktům.

◆ V čem vidíte specifika českého trhu?

Trhy v jednotlivých zemích jsou si svým způsobem podobné. Lhostejno, zda se podíváte do Španělska, Ruska nebo Německa. Český trh jde podle mého názoru rychleji kupředu. O naše produkty zde byl velký zájem již v období bývalého režimu. V té době jsme si



nebyli příliš jisti vývojem situace, takže jsme se pokusili o distribuci prostřednictvím naší dceřiné společnosti v sousedním Rakousku. V posledních letech potřeba přímého distributora pro Českou a Slovenskou republiku vyústila ve spolupráci se společnostmi HSW Signware a Prima design.

◆ Co zajímavého připravujete pro světovou výstavu Expo 2000 v Hannoveru?

Na tuto výzvu jsme zareagovali již před osmnácti měsíci jako jedna z prvních společností. V Bückeburgu jsme vybudovali vlastní archivní centrum, které se věnuje konzervaci historických dokumentů. Když lidé začali vyrábět papír ze dřeva, nevěděli, že dřevo obsahuje velké množství kyselin, které po určité době narušují strukturu papíru. Speciální stroje pomáhají tyto kyseliny v papíru neutralizovat a rozpad dokumentů zastavit. V našem archivním centru procházejí dokumenty speciální lázní, kde se zbaví kyselin. Po usušení jsou konzervovány pomocí pásek řady Filmoplast, které brání opětovnému vzniku kyselin ve struktuře papíru. Do archivního centra firmy Neschen jsou ke konzervaci zasílány historické

ké dokumenty, knihy a rukopisy z celého Německa.

Podstatou projektu pro Expo 2000 je přivést návštěvníky výstavy v malých skupinkách z Hannoveru do Bückeburgu, aby si mohli prohlédnout archivní centrum a seznámit se s naší filozofií a našimi produkty.

◆ Jaké novinky chystáte v nejbližší době?

Již za několik týdnů bude zákazníkům k dispozici nový systém pro reklamní grafiku, který bude obsahovat tři typy médií - pro laminaci za studena, laminaci za tepla a speciální řadu s mimořádnou odolností proti poškrábání. Rádi bychom také uvedli na trh novou řadu médií pro digitální tisk, která je zatím ve fázi vývoje.

V nejbližších dvou letech plánujeme otevření nového závodu na výrobu laminovacích materiálů v USA. Tento krok by měl napomoci k urychlení dodávek americkým zákazníkům a v neposlední řadě také ke snížení cen, do nichž se v současnosti promítají vysoké náklady na dopravu a vliv kurzu amerického dolaru vůči německé marce.

◆ Které výstavy pravidelně navštěvujete?

Jednou z nejdůležitějších oborových výstav je pro nás Photokina, především díky zaměření na fotografii a digitální tisk. Pro signmakingovou řadu produktů je to Sign Europe a Euroshop, pravidelně se účastníme také veletrhu Drupa, který se koná každých pět let v Düsseldorfu a je zaměřen na tiskové systémy včetně pre-pressu. Nové možnosti slibuje také Fespa. Řady dalších výstav a veletrhů po celém světě se účastníme prostřednictvím našich distributorů.

◆ Jaký je váš názor na veletrh Reklama?

Musím říci, že se mi velmi líbí. Překvapila mě jeho velikost a výborná organizace. Příjemným zjištěním pro mě bylo, kolik firem se zde zaměřuje na oblast digitálního tisku.

Magdalena Tikalová

Ilustrační foto převzato z katalogu firmy Neschen

Tváře HSW

Květa Šebková - asistentka

Pokud se nezačnete firemního schodiště a vystoupáte po něm až nahoru do druhého patra, spatříte recepční pult a sympatický úsměv Květy Šebkové, jedné z nejdůležitějších a nejméně postradatelných lidí ve firmě.

◆ V čem spočívá náplň tvé práce?

Ve firmě zastávám tři funkce: recepční, sekretářka a asistentka. Recepční, protože sedím na recepci, jako sekretářka jsem do firmy byla přijata a tu asistentku mám na vizitce... V recepci přijímám návštěvy, veškeré telefony, faxy a poštu. Jako sekretářka píšu dopisy, faxy, objednávky, rozesílám je a archivuji. A na asistentku připadá to ostatní - zásobování firmy kancelářskými a jinými potřebami, zajišťování letenek a ubytování, vedení docházky, objednávání kurýrů a doplňování adres zákazníků do naší firemní databáze.

◆ Jak dlouho pracuješ u společnosti HSW a jak ses k ní dostala?

V HSW pracuji od května 1998. Dříve jsem pracovala v zahraniční společnosti, působící v obdobné oblasti. Již delší dobu jsem uvažovala o odchodu, a protože jsem firmu HSW znala z jejího časopisu (HSWinfo), oslovila jsem ji s žádostí o zaměstnání. Šťastnou náhodou byla pozice, o níž jsem se ucházela, zrovna volná...



◆ Kde a co jsi dělala předtím?

Předtím, jak už jsem se zmínila, jsem pracovala v holandské firmě zabývající se výrobou a prodejem plotrů, kopírek, tiskáren a spotřebního materiálu. Naše oddělení partnerských vztahů mělo na starosti veškerou komunikaci s dealery a distributory firmy.

◆ Co tě na tvé práci nejvíce baví?

Moje práce je různorodá, nikdy nevím, co mě ten den bude čekat.

A protože mi práci zadává více lidí, musím si umět práci zkoordinovat, a to je věc, která mě baví. Nejvíce ze všeho mě potěší spokojenost člověka, který mi práci zadal.

◆ Čeho si v HSW nejvíce ceníš?

Týmové spolupráce, dobré nálady, celkové příjemné atmosféry a tolik nezbytné komunikace.

◆ Bez čeho by ses v práci obešla nejhůře?

Bez báječného kolektivu, pocitu zájmu a pochopení svých kolegů.

◆ Které tvé povahové vlastnosti ti v práci pomáhají nejvíce?

Patří k nim schopnost dobře vycházet s lidmi, zmíněné umění zorganizovat si práci, praktičnost, pečlivost a zodpovědnost.

◆ Čemu věnuješ svůj volný čas?

V první řadě samozřejmě svému příteli. Velmi ráda také chodím nebo jezdím na kole do přírody. Čtu knihy, poslouchám hudbu všeho druhu, cestuji a učím se všemu novému - především jazykům. Bohužel na ty mi poslední dobou moc času nezbyvá.

◆ Jak a kde nejraději trávíš dovolenou?

Dny volna trávím aktivně, protože jediné tak se můžu opravdu odreagovat. Místo pro krásnou dovolenou může být jakékoli, hlavně co nejdál od Prahy. Mám ráda hory a moře. Na hory jezdím nejraději na Slovensko a k moři všude, kde je teplo. -*mtf*
foto Jan Wilda Drnek

Veletrhy, výstavy

V následujícím přehledu uvádíme výběr nejzajímavějších tuzemských i zahraničních výstav, věnovaných signmakingu, tisku a příbuzným oborům.

INTERKAMERA

31. 3. - 3. 4.

Praha, Průmyslový palác
Audiovizuální technika

SIGN SCANDINAVIA

22. - 24. 4.

Göteborg, Švédsko
Signmaking

INTERNATIONAL SIGN EXPO

29. 4. - 1. 5.

Las Vegas, USA
Signmaking

INTERPACK

6. - 12. 5.

Düsseldorf, SRN
Obalová technika

EMBAX-PRINT

18. - 21. 5.

Brno - Výstaviště
Obalová technika a reprografie

FESPA

2. - 6. 6.

Mnichov, SRN
Sítotisk

FOR ARCH

21. - 25. 9.

Praha - Letňany
Stavební veletrh

DIGI MEDIA

22. - 25. 9.

Düsseldorf, SRN
Vydavatelství, marketing a komunikace

INVEK COMPUTER, MDK

4. - 8. 10.

Brno - Výstaviště
Informační a komunikační technologie

Výstava pro vás

FESPA - obraz budoucnosti

Největší světový veletrh věnovaný sítotisku a spřízněným grafickým technikám se koná pouze jednou za tři roky. Naposled se sítotiskaři z celého světa sjeli v roce 1996 ve francouzském Lyonu. Letošní setkání se pod heslem Image of the Future (Obraz budoucnosti) uskuteční v německém Mnichově.

Slogan letošního ročníku výstavy má podle organizátorů výstavy symbolizovat nové možnosti v oblasti tisku na prahu nového tisíciletí. Větší prostor bude letos věnován též prezentaci digitálních tiskových technologií. Spojení klasického sítotisku a digitálního tisku otevírá nové trhy a nabízí řadu příležitostí, zejména v oblasti velkoformátových vývoje produkčních systémů.

„Minulý ročník výstavy jasně ukázal, že hranice mezi jednotlivými obory v oblasti výroby reklamy se postupně stírají,“ míní Jaroslav Strnad z oddělení marketingu HSW Signware. „Kromě strojů pro klasický sítotisk zde byla k vidění i obrovská polygrafická zařízení či digitální

tiskárny včetně zařízení pro prepress a dalších příbuzných technologií (SW, barvy, desky, textlie),“ dodává. K hlavním aktivitám letošních vystavovatelů patří podle údajů publikovaných na Internetu reklama obecně, velkoformátový tisk, potisk textilu a oděvů, obalová technika, výroba etiket, potisk CD, lahví, keramiky a dalších 3D předmětů, výroba státních poznávacích značek a automobilové grafiky a v neposlední řadě také signmaking. Pro řadu signmakingových firem je FESPA dokonce vrcholnou veletržní událostí roku.

V roce 1996 se veletrhu FESPA zúčastnilo více než 29 000 návštěvníků, z toho přes 14 % z mimoevrop-

ských zemí. (V roce 1992 toto číslo činilo jen 10,2 %). Stoupá také podíl návštěvníků ze zemí bývalého východního bloku (6,2 z roku 1996 oproti 2,5 % z roku 1992).

Kam se bude veletrh dále ubírat, je podle Jaroslava Strnady zatím ve hvězdách. „Letošní ročník by měl ukázat, zda bude postupně docházet k stále většímu prolnutí jednotlivých technologií a FESPA začne konkurovat veletrhům, jako je např. Sign Europe, nebo se rozhodne směřovat k silnější specializaci,“ uzavírá Jaroslav Strnad.

Veletrh FESPA '99 se bude konat od středy 2. do soboty 6. června 1999 v areálu Messe München v německém Mnichově. Otevřeno bude denně od 9.30 do 17.30, ve čtvrtek o půl hodiny déle, v sobotu pouze do 16.00. Vstupenku na celou dobu konání výstavy lze zakoupit za cca 40 DM.

Bližší informace:
<http://www.fespa.com>

-red-

T 610

OPOS v ceně

169.500,-

Anketa

Kam kráčíš, signmakingu český?

Vývoj signmakingu v Čechách nám rozhodně není lhostejný, a tak jsme se rozhodli využít místa po již vyčerpané rubrice „regiony“ k malé anketě. Dvanácti osobnostem z oblasti signmakingu, digitálního tisku a reklamy položíme v průběhu roku několik otázek, které současný stav a vývoj tohoto oboru mapují.

V první otázce jsme se vrátili k roku uplynulému a zeptali se:

Co považujete za největší událost roku 1998 v českém signmakingu?



Potvrzení skutečnosti, že nabídka prací v oblasti signmakingu mírně převyšuje poptávku.

Jan Keresztesy, Reklama



Větší rozšíření tiskových plotrů o pracovní šíři 120 cm. Jakožto fotografická laboratoř pracujeme s fotopapírem o právě takové šíři. Tím se oblast digitálního tisku svou nabídkou ještě více přiblížila naší profesi. Musíme přehodnotit pohled na věc a novým trendům se přizpůsobit.

Milan Brát, Foto nova



Žádná z událostí není podle mého názoru natolik zásadního významu, abych ji mohl jednoznačně pojmenovat jako „největší“. Je však řada událostí, jež svým významem sice jedna druhou příliš nepřevyšují, ale jsou dostatečně důležité, aby stály za zmínku. Mezi ně bych zařadil například návrat firmy Neschen na domácí trh či spolupráci firem HP a 3M v oblasti digitálního tisku.

Michal Dvořák, Ateliér spektrum



Za nejvýznamnější událost minulého roku považuji výstavu Reklama 98. Tato výstava prošla od svého vzniku dynamickým rozvojem a dnes je již srovnatelná s obdobně zaměřenými výstavami v zahraničí. Zároveň zde ji-

stě spatříte veškeré novinky z oblasti technologií i konečných výrobků, určených pro oblast signmakingu.

Z hlediska zákonů nás pak potěšila novela stavebního zákona, která zjednodušuje řízení pro povolování instalace reklam a reklamních zařízení na budovy. Bohužel musím konstatovat, že jak již bývá v našich krajích zvykem, umožňuje tato novela dvojnásobný výklad, a tak opět rozhoduje úředník se vším, co k tomu patří.

Vlastimil Král, Reklama Rex



Myslím, že rok 1998 byl ve znamení rozvoje velkoplošného tisku. Nové technologie, materiály i software právě v tomto odvětví zaznamenaly největší gradaci rozvoje. V českém signmakingu se stále více prosazují náročnější technologie, např. frézované plastické písmo, gravírování, již zmíněný velkoplošný tisk a speciální aplikace, např. z reflexních fólií, podlahová grafika atd. Klasická plotrem řezaná grafika a následně nejrůznější aplikace však v signmakingu nadále zůstávají dominantním oborem.

Jaroslav Souš, Coma reklama



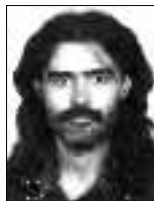
Pokud bychom do signmakingu zahrnuli i digitální technologie, potom bych hodnotil rozvoj této oblasti jako největší událost loňského roku. Většina firem již pochopila, že pokud si chce udržet svůj podíl na trhu, musí neustále držet krok s novými technologiemi. Tento trend se samozřejmě nemohl vyhnout ani naší firmě, a proto jsme loni v našem novém sídle v Praze kompletně zařídili digitální tiskové centrum. Bohužel, v naší republice ještě bude nějakou dobu trvat, než se výhody digitálního tisku dostanou do povědomí zákazníků.

Jaroslav Opriš, Quo



Rok 1998 podle mě nebyl v signmakingu nijak zlomový. Sice se objevilo několik nových technologií, které nabídlý zákazníkům nové možnosti, ale žádnou z nich nepovažuji za natolik zásadní, abych mohl jednoznačně odpovědět.

Karel Pokorný, Factory Production



Pro naši firmu byl největší událostí minulého roku nákup nového zařízení pro velkoplošný tisk digitální tisk značky Mimaki.

Jaroslav Chromý, AK Ateliér



Reklama a tvorba reklamních prostředků je velmi specifický obor. Je třeba si uvědomit, že veškeré dění v této sféře se odvíjí od ekonomické (potažmo politické) situace v zemi. Proto za určitou charakteristiku předchozího roku považuji objektivní stagnaci našeho hospodářství, která vzhledem k obecnému snížení investic do reklamy jistě nepřispívá k rozvoji signmakingového průmyslu. I přes zmíněnou situaci však lze zaznamenat určitý trend. Jsem přesvědčen, že budoucnost spočívá v netradičním řešení, v inovaci. Vzpomeňme megaboard ODS na Letné, jehož vizuální efekt byl docílen použitím technologie digitálního tisku na méně používaný textilní nosič. Dalším příkladem může být reklamní poutač společnosti Mattoni, který svými parametry ukazuje možnosti signmakingu.

Lubomír Šumbera, Kompakt



Už rok 1996 zahájil omezování finančních výdajů na marketingovou komunikaci. Tato „krize“, či chcete-li „odliv“ podle mého vyvolal v právě uplynulém roce, kdy jsme začali pozorovat změnu v chování klientů, kteří poznali, že právě toto omezování není to pravé. Pro nás výrobce reklamy je to snad blýskání na lepší časy. A to z toho důvodu, že teď naši klienti budou opravdu chtít „být vidět“. Velký posun je

z oblasti fóliové reklamy k velkoplošným tiskům.

Jan Lautner, Výstavnictví



Asi to, že rok 1998 konečně skončil. Nemluvím jen o nepovedených volbách a následně vzniklé ekonomické situaci. První věci, na které lidé začínají šetřit, je právě reklama. Obávám se ale, že rok 1999 bude v tomto směru ještě horší. Menší firmy budou mít obrovské finanční potíže, což se projeví i u firem větších.

Tomáš Dosoudil, Do & Do



Po dlouhém přemýšlení jsme nenašli nic, co by se zdálo být čímkoli výjimečným, nebo co bychom mohli označit jako událost roku 1998. Potěšila nás pouze skutečnost, že přes chmurné předpovědi o stagnaci hospodářství a jejím dopadu na oblast reklamy, jsme nic podobného nezaznamenali, ba naopak.

Ivo Polák, Neony sign

Krátce

Vyzkoušejte Forex-top

Hedvábně matný povrch desek Forex je u většiny aplikací výhodou. Co ale dělat v případech, kdy je potřeba povrch lesklý? Buď desku pracně potáhnout po obou stranách lesklou fólií, nebo použít Forex-Top. Novinka koncernu Aluisse má totiž obě strany hladké a lesklé. K základním vlastnostem lesklých PVC desek Forex-top patří kromě pevnosti a rovinnosti také nízká hmotnost a v neposlední řadě mimořádná odolnost vůči povětrnostním vlivům i UV záření. Lesklý povrch je proti poškrábání chráněn průhlednou krycí fólií. Stejně jako Forex, i Forex-top lze zpracovávat mnoha způsoby pomocí běžných přístrojů a zařízení. Znamenitě se hodí k ohýbání, tváření za tepla, řezání, vrtnutí, frézování, lepení či připevňování hřebíky, šrouby nebo nýty. Je vhodný i pro potisk, kaširování fotografií i aplikaci vinylové grafiky.

Ze širokého spektra použití těchto desek jmenujme výrobu cedulí a reklamních panelů, stavbu výstavních a veletržních stánků i plakátových stěn, interiérovou architekturu či vnitřní výzdobu obchodů. V modřanském prodejním skladu firmy HSW Signware jsou nové desky k dispozici ve formátu 3 x 1220 x 2500 mm.

Burza

V této rubrice můžete ZDARMA nabízet nebo poptávat pracovní místa nebo ne zcela nové stroje pro signmaking. Inzerce zasílejte poštou nebo faxem do oddělení marketingu firmy HSW Signware.

Prodáme **nože do plotru** Aristomat 204 - nové, nepoužité, za výhodnou cenu. Tel. 0602/415097

Za výhodnou cenu prodám **starší řezací plotr** v dobrém stavu + software. Tel. 0603/444088.

Prodám **řezací plotr** ve velmi dobrém stavu. Cena dohodou. Tel./fax/zázn.: 05/45234195.

Nabízím **volnou kapacitu pís-kovacího zařízení** na sklenice. Radim Kubík, Čelakovského 39, 67801 Blansko. Tel.: 0602/515385 nebo večer 0506/6513.

Prodám **řezací plotr ECOM 700** s řezacím programem Exemix 2.21. Tel.: 0601/258169.

Prodám **osvitovou jednotku** H. Berthold včetně HW RIPu, laserové tiskárny připojené k RIPu a vyvolávacího automatu. Rozlišení 2032 dpi, šíře filmu 305 mm, připojení k PC i MAC. Cenu nabídněte, dohoda jistá. Kangaroo, tel/fax: 02/57910318.

Prodám **kompletní řezací pracoviště** složené z plotru Summagraphics T600 (tangenciální nůž, šíře 60 cm), včetně příslušenství, program SIGNUS design profi, scanner HP scan jet lip, tablet Aristo pětitačtíkový, PC Pentium 90 Mhz, 16 MB RAM, monitor 15", Win 3.11, Corel atd. Vše velmi zachovalé. Původní cena 390.000 + DPH, nyní 150.000, dohoda možná. Možnost leasingu. KB design, tel.: 0602/404960.

Levně prodám **stroj pro termo-ražbu**. V provozu cca 18 měsíců, jednoduchá obsluha. RAYA, tel.: 0205/21675, 0601/289623.

Prodáme **tiskárnu HP 4V** - formát A3. Nový toner + 1 recyklovaný. Dva roky bez poruchy. Původní

cena 75 000,- Kč, sleva 25 000,- Kč. Agentura Nikol Písek, tel.: 0362/271210.

Přenecháme leasing na **sítotiskový poloautomat THIEME 520** s příslušenstvím (66 natažených sít 2 x těrka, 2 x předtěrka. Celková cena vč. DPH 1,530 000,- Kč, zaplacen 958.247,- Kč. Vyrovnání 343.000. V leasingu zbývá zaplatit celkem 419.000,- Kč v deseti měsíčních splátkách á 41.980,- Kč, první splátka 2. 11. 1998. VAK Otrokovice, tel/fax: 067/7922187.

Prodáme tiskárnu **Fargo Pictura 310s** (koup. 5/97), tisk na vinyl, papír, textil - prodloužená A3. Jednoduchá obsluha, orig. instalační diskety pro PC i Mac. Tel/fax: 02/4728016 (nejlépe Po, Út během dne, Čt odpo.)

Prodáme **kotoučovou řezačku** s originálním stojanem Neolt Trim 130. Šíře 1300 mm. Cena 7.777,- Kč. Look up, tel. 02/6278360.

Prodáme **stojan k tiskovému plotru Croma 24**. Cena 4.900,-

Kč, k dispozici ihned. Informace v prodejně HSW Signware.

Prodáme **tiskový plotr Encad NovaJet 4**. Stáří 14 měsíců, nepoužívaný, nové náplně, výhodná cena. Linea sport, 0602/422064, 0454/311638.

Prodáme **stolový plotr Digi-graf DGF4G** s tangenciální řezací hlavou + mnoho náhradních dílů. Řezná plocha 1190 x 840 mm. Tel. 05/45212577, p. Filakovský.

Prodám **řezací plotr Roland PNC 900** + SW. Cena cca 30.000 Kč + DPH. Tel: 02/81864791.

Prodáme téměř nepoužitý **tiskový plotr Roland ColorCamm**, model PC-60 pro plnobarevný termotransferový tisk (600 dpi) na vinylovou fólii, včetně ořezu. V provozu od 7/98, ve výborném technickém stavu z důvodu změny zaměření firmy. Cena cca 190.000 Kč, leasing možný. Tel: 05/41211391

Prodám **kompletní pracoviště**: Power Macintosh 8100/100, 17" monitor, tiskárnu ALPS 2300, Snapscan 600 AGFA, SW Quark press, Adobe Illustrator, Photoshop, Internet. Půl roku v provozu, cena cca 90.000 Kč. Jan Šimek, Žamberecká 353, 517 54 Vamberk, tel.: 0445/541513.

Prodáme **řezací plotr Summagraphics T610**. Šíře 60 cm, tangenciální řezací hlava. V dobrém stavu. Cena dohodou. Výstavnictví, tel.: 24312082.

Koupím **řezací plotr šíře 50 cm**, nejraději s vlečeným nožem, pro výuku na SPŠ grafická. Tel: 02/7815416, 0603/746801, p. Lindner.

Koupím použitý **stroj pro tisk horkou fólií**, v dobrém technickém stavu. Tel: 0508/20640, 0602/746297.

Prodám tiskárnu **Fargo Pictura 310S** (+ 4 držáky, zbytky tiskových fólií a papíru atd.), vše v dobrém stavu. Výhodná cena. Tel: 0326/27559, 0602/232352.

Prodám **tiskárnu Croma 24**, nová, 1x použitá, 2x nepoužitá sada barev. Tel.: 0602/435087

Prodám **stůl na lepení reklamy**. Prac. deska 2 x 1 m, rozkládací konstrukce, možnost odvozu na střeše os. auta, nebo dobírkou. Cena 1950 Kč + DPH. Radim Kubík, tel.: 0602/515 385

inzerujte v H·S·W info

HSWinfo je firemní tiskovinou společnosti HSW Signware. Vychází v nákladu minimálně 5000 výtisků, z čehož 4000 je bezplatně rozesíláno zájemcům. Zbytek nákladu je zdarma distribuován na výstavách a dalších firemních akcích. Čtenáře časopisu tvoří převážně pracovníci signmakingových firem, grafických studií a reklamních agentur. V roce 1999 vyjde HSWinfo celkem šestkrát. Termíny uzávěrek jsou podřízeny termínům konání firemních akcí, abychom vám mohli přinášet aktuální informace. Nižší uvedená data jsou proto spíše orientační a v průběhu roku se mohou nepatrně měnit.

Číslo	Uzávěrka	Vychází
3/99	14. 5.	28. 5.
4/99	30. 8.	13. 9.
5/99	18. 10.	1. 11.
6/99	26. 11.	10. 12.

Ceník

Rozsah časopisu je dvanáct stran, z toho dvě jsou věnovány plošné inzerce. Budete-li mít zájem nabídky inzerce využít, zašlete, prosím, objednávku poštou, e-mailem nebo faxem na níže uvedenou adresu. Na objednávce, prosím, uvádějte IČO a DIČ. Redakce si vyhrazuje právo objednávku nepřijmout, pokud by inzerát jakkoli poškozoval dobré jméno společnosti či nebyl v souladu s firemní politikou.

Velikost	Rozměry	Cena bez DPH
1/8 strany ČB	95 x 58 mm	3.000,- Kč
1/4 strany ČB	95 x 120 mm	6.000,- Kč
1/2 strany ČB	195 x 120 mm	12.000,- Kč
Zadní strana ČB	195 x 245 mm	25.000,- Kč
Vkládaná inzerce	max. A4	dle dohody

Technické podmínky:

Inzerát ve vlastní grafické úpravě nám můžete dodat na filmu či v elektronické podobě. V tom případě ovšem prosíme o zaslání kontrolního nátlisku. Inzerát si můžete nechat upravit i v našem DTP studiu, a to zcela zdarma. Formát A4 (210 x 297 mm), 1 barva, rastr 2400 dpi, 150 lpi, tisk ofsetem, vazba V1, papír matná křída 130 g. Bližší informace a objednávky: HSW Signware, s.r.o., oddělení marketingu, Modřanská 25, 143 00 Praha 4, tel.: 02/4024755, 57, fax: 02/4024753, e-mail: pr@hsw.cz.